

Interactividad y Multimedialidad: elementos que la Hipermediación aporta a la Comunicación Educativa

Interactivity and Multimedia: elements that Hipermedia provides to Educational Communication

Interatividade e Multimídia: elementos que a Hipermedia fornece à Comunicação Educacional

Fernando Vixtha Vázquez

Universidad Nacional Autónoma de México (México)

fer.vixtha12@gmail.com

Fecha de recepción: 30 de mayo de 2017

Fecha de recepción evaluador: 5 de junio de 2017

Fecha de recepción corrección: 15 de julio de 2017

Resumen

El trabajo presenta a la interactividad y a la multimedialidad como dos elementos que la Hipermediación puede aportar a la Comunicación Educativa para generar aprendizajes significativos y fomentar la expresión de los estudiantes. La investigación que sustenta este artículo es de corte cualitativo y cuantitativo, se realizó en la Preparatoria Oficial Anexa a la Normal No. 1 de Nezahualcóyotl, arrojando como resultado que existen las condiciones para incluir la interactividad y la multimedialidad en una estrategia de Comunicación Educativa, debido a que los estudiantes manejan múltiples herramientas y redes, y que los formatos que los estudiantes prefieren para obtener información son: el textual, el audiovisual, el audio. Esta información justifica la toma de decisiones en una estrategia que se propuso en la materia de filosofía de la institución.

Palabras clave: Comunicación Educativa, Hipermediación, Interactividad, Multimedialidad, Aprendizaje.

Abstract

This document presents interactivity and multimedia as two elements that Hypermediation can contribute to Educational Communication to generate meaningful learning and encourage the expression of students. The research that supports this article is qualitative and quantitative, was done in Preparatoria Oficial Anexa a la Normal No. 1 de Nezahualcóyotl, resulting in the existence of the conditions to include interactivity and multimedia in an Educational Communication strategy, Because students work with multiple tools and networks, and that the supports that students prefer to obtain information are: textual, audiovisual, audio. This information justifies the decision making in a strategy that was proposed in the matter of philosophy of the institution.

Key Words: Educational Communication, Hipermedia, Interactivity, Multimedia, Learning

Resumo

O artigo apresenta à interatividade e tecnologia multimídia como dois elementos que a hipermediação pode contribuir para a Comunicação Educacional para gerar aprendizagem significativa e promover a expressão do estudante. A pesquisa que sustenta a este artigo é qualitativa e quantitativa, feita na Escola de Ensino Médio Oficial Anexa à Normal No. 1 de Nezahualcoyotl, mostrando como resultado que existem as condições para incluir interatividade e multimídia numa estratégia de comunicação educativa devido a que os estudantes manusear com várias ferramentas e redes e que os formatos que os estudantes preferem para obter informação são: textuais, audiovisuais, áudio. Esta informação justifica a decisão sobre uma estratégia que foi proposta no campo da filosofia da instituição.

Palavras chave: Comunicação para a Educação, hipermediação, interatividade, multimídia, aprendizagem.

Introducción

La Comunicación Educativa abarca tres grandes áreas: en el aula, para la recepción de mensajes de los medios de comunicación masiva; y, por los medios de comunicación masiva. Este artículo se enfoca en la Comunicación Educativa en el Aula, la cual tiene pertinencia en el salón de clases de cualquier institución educativa, siempre y cuando las expresiones educomunicativas que se produzcan para ser utilizados en varios cursos (docentes y estudiantes en asignaturas similares), estén acompañados de un método didáctico diseñado específicamente para ello (Torres, 1994, p. 162). Venus

Armenta (1997) explica el campo de la Comunicación Educativa en el Aula de la siguiente manera: “A la CEA, le interesa la producción de materiales verbo-audio-visuales con contenidos educativos, a través del empleo de los diversos lenguajes de los instrumentos de comunicación tecnológicos al interior de un salón de clases”

El uso de los medios de comunicación masiva representó una forma distinta de educar. La radio, la televisión, el cinematógrafo, entre otros medios, permitían generar expresiones que eran captadas por los estudiantes con mayor facilidad que los mensajes codificados en la lógica de la lecto-escritura, es decir, requerían un menos esfuerzo intelectual para ser comprendidos. En palabras de Torres Lima:

La CEA, al emplear instrumentos que permiten más la analogía; y por lo tanto, más concretos, requieren un menor esfuerzo intelectual para su interpretación. No es el mismo esfuerzo mental, ni las implicaciones en la configuración (conformación) de la estructura cognitiva, percibir la realidad descrita a través de signos lingüísticos abstractos que no se parecen en nada al objeto referido, arbitrarios, lineales (Saussure) y que requieren de un aprendizaje mucho más complejo, como es el mismo hecho de la lecto-escritura, a percibir esa realidad a través de la televisión en donde las imágenes y los sonidos son muy semejantes (análogicos) a los de la realidad y requieren de un aprendizaje por socialización, pues basta que los miembros de la familia ‘entrenen’ en dos o tres ‘sesiones’ a un niño para que aprende a ver televisión (1994, p. 169).

La tesis que expone Torres Lima sostiene que entre mayor sea la semejanza entre el mensaje y la realidad, el estudiante podrá captarlo de manera más sencilla. Cabe señalar que el contexto en que al autor escribe es a finales del siglo pasado, lo que permite afirmar que los medios de comunicación han tenido por lo menos dos etapas de desarrollo, los medios de comunicación analógica y los medios de comunicación digital. En la actualidad la televisión sólo es uno de los diversos medios de comunicación que existen. Para definir la presencia de los múltiples medios de comunicación, así como las relaciones entre ellos y lo que esto implica, Carlos Scolari utiliza el concepto Hipermediación:

Al hablar de hipermediación no nos referimos tanto a un producto o un medio sino a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí (2008).

Estos procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que señala Scolari, no son ajenos a la realidad educativa de estudiantes y maestros. Torres (1994) dice al respecto: “el cambio en la configuración cognitiva de los ‘letrados’ y los ‘multimedia’, no se debe sólo al hecho de la concreción de los contenidos (cotidianos o académicos), sino se debe principalmente al contexto comunicativo en el que se encuentra el individuo”. Si antes los medios analógicos (la grabación, la edición, y reproducción de cintas magnetofónicas, videográficas, fotografías, acetatos), conformaban el contexto comunicativo de los estudiantes; actualmente, son las redes sociodigitales, los blogs, los

canales de video en internet, los juegos en línea, las presentaciones interactivas, etc. la realidad comunicativa en la que los estudiantes están insertos.

Si bien la Hipermediación pretende dar razón de las relaciones entre los medios de comunicación digital y las personas que participan de ellos, sus potencialidades en el aula han sido poco abordadas. Es por esta razón que la pregunta de investigación con la que se inició el trabajo que aquí se expone, es: ¿La Hipermediación puede aportar algún elemento a la Comunicación Educativa?

La investigación que sustenta este artículo se planteó por objetivo: diseñar estrategias de Comunicación Educativa desde la Hipermediación; dos propuestas teóricas que tienen puntos en común. Dicha investigación fue realizada para proponer una estrategia de Comunicación Educativa para la Preparatoria Oficial Anexa a la Normal no. 1 de Nezahualcóyotl en la materia de Filosofía de primer semestre.

Comunicación Educativa e Hipermediación

La Comunicación Educativa ha sido distintamente definida a lo largo de Latinoamérica. Nombres como Daniel Prieto Castillo, Mario Kaplún, Francisco Gutiérrez, son tan sólo algunos de los teóricos que han abordado este campo de trabajo. En este artículo se retoma la propuesta que Héctor Torres Lima hace al caracterizar sistémicamente a la Comunicación Educativa y sustentar esta propuesta teórica en teorías sociales (La Teoría de la Mediación Social, la Teoría Social de la Comunicación y la Teoría General de Sistemas, todas ellas de Manuel Martín Serrano), pedagógicas (Comunicación Participativa, Aprendizaje Grupal, Educación Integral, Lenguaje Total), y de aprendizaje (Aprendizaje Significativo).

Torres identifica que la relación comunicación-educación es natural y se da desde los principios de la humanidad:

El hombre prehistórico que por primera vez deseó dejar sus conocimientos a otros hombres con el fin de preservar tales conocimientos, utilizó la relación comunicación - educación. Los instrumentos que uso para ello debieron haber sido los biológicos, como la voz producida por los órganos fonadores, la exhibición de su cuerpo, etc. Con el tiempo, los instrumentos de la comunicación han variado debido principalmente a los avances tecnológicos de cada grupo social, así, por ejemplo, se puede pensar en la pintura, la escultura, la escritura en papiro, en piedras, la cerámica, el cine, la fotografía, las marionetas, la cartografía, el radio, la televisión, los ordenadores, etc. (1994).

Sin embargo, el autor destaca que cuando se identifica y se nombra la relación Educación-Comunicación, se le puede estudiar como tal, y esto ocurre en la década de 1920, con el surgimiento del cinematógrafo

desde 1921 los educadores se aplicaron a observar y a utilizar tales medios (en aquel entonces radio, cine y fotografías, aunque estos dos últimos no electrónicos) en el acto educativo. Este es el momento del nacimiento de la comunicación educativa, aunque

por aquellos años se le llamaba comunicación audiovisual o auxiliares de la enseñanza (Torres, 1994).

Si bien el estudio de la Comunicación Educativa se ubica en una lógica del *broadcasting*, donde un solo nodo emisor difunde la información (comunicación uno a muchos), las características de los medios digitales de comunicación permiten que la Comunicación Educativa las utilice para lograr sus objetivos.

Para definir cuáles son los objetivos de la CEA, se retoman las aportaciones que hacen dos de las teorías auxiliares de la propuesta que hace Torres Lima (1994), por un lado, la teoría del Aprendizaje Significativo, desde David Ausubel, y por el otro la teoría del Lenguaje Total, que tiene en Antonio Vallet, Ramón Padilla, Ramón Astondoa, Francisco Gutiérrez, a sus principales autores.

Al buscar un Aprendizaje Significativo, la Comunicación Educativa en el Aula pretende que los aprendizajes generados no sean mecánicos, sino que, mediante procesos de acomodación y asimilación, el estudiante pueda aprender el contenido de una asignatura tomando en cuenta los conocimientos previos que posee.

Un aprendizaje es significativo cuando los contenidos: Son relacionados de modo no arbitrario y sustancial (no al pie de la letra) con lo que el alumno ya sabe. Por relación sustancial y no arbitraria se debe entender que las ideas se relacionan con algún aspecto existente específicamente relevante de la estructura cognoscitiva del alumno, como una imagen, un símbolo ya significativo, un concepto o una proposición (Ausubel, 1983).

Elegir la teoría del Aprendizaje Significativo, representa para la Comunicación Educativa en el Aula, el reconocimiento de que el estudiante no es un ser humano que no posee ningún conocimiento ni experiencia previa, al que se le tiene que dar “llenar” de conocimiento. El Aprendizaje Significativo toma en cuenta lo que el estudiante ya sabe y genera una interacción de ese conocimiento con la nueva información. Uno de los principales objetivos de la CEA, es generar aprendizajes significativos en los estudiantes.

En cuanto a la teoría del Lenguaje Total lo que aporta a la CEA es el uso de los medios de comunicación masiva y sus lenguajes en el aula, pero no sólo por parte del profesor, también haciendo partícipe al estudiante en el manejo de estos medios.

El Lenguaje Total plantea introducir el lenguaje de los medios a la escuela y enseñar a través de ellos, pero bajo una pedagogía que dominan ‘la pedagogía del Lenguaje Total’, y que consiste básicamente en que los estudiantes se expresen, expongan en clase, manifiesten sus aprendizajes con el empleo de estos lenguajes (Torres, 1999, p. 190).

Lo anterior permite afirmar que otro objetivo de la Comunicación Educativa en el Aula, es fomentar en los estudiantes la expresión a través de los diversos medios de comunicación disponibles y sus lenguajes.

Se considera que la Hipermediación ofrece un escenario posible para que los dos objetivos de la CEA: propiciar aprendizajes significativos y fomentar la expresión a través de los medios de comunicación, se puedan lograr.

Las características de los medios digitales que Scolari identifica son:

- Transformación tecnológica (digitalización).
- Configuración muchos-a-muchos (reticularidad).
- Estructuras textuales no secuenciales (hipertextualidad).
- Convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad).
- Participación activa de los usuarios (interactividad) (2008).

De los cinco rasgos que Scolari menciona, se rescatan la multimedialidad y la interactividad para generar un nuevo escenario en donde Comunicación Educativa pueda aprovechar estas características para lograr los dos objetivos antes señalados.

El concepto de Interactividad hace referencia a dos atributos: por un lado, a las posibilidades que los nuevos medios ofrecen a los usuarios para que se comuniquen a través del medio con otros usuarios; y, por otro lado, a las diferentes acciones que un usuario puede realizar dentro del medio digital. En este artículo, nos enfocaremos en esta segunda particularidad de la interactividad.

en las comunicaciones sujeto a sujeto, pero también en los intercambios entre un sujeto y un dispositivo tecnológico (...) la interactividad conformaría un nuevo tipo de usuario, mucho más poderoso. Sin embargo, este sentimiento de control y poder textual se opone a los límites que le impone el creador de ese entorno (Scolari, 2008).

Esto significa que se puede participar siempre y cuando se respeten las reglas del juego, se conozcan las características de la herramienta digital que se utiliza. Si bien las personas en Twitter pueden compartir cualquier pensamiento, este pensamiento deberá limitarse a las reglas de la plataforma, a los 140 caracteres. Aun con estas limitaciones, las posibilidades de transformación de contenidos en los medios digitales son tan amplias que suelen pasar desapercibidas, o bien, se utilizan otras herramientas para sortearlas (siguiendo con el ejemplo de Twitter, se puede realizar una captura de pantalla de un texto de más de 140 caracteres y publicarlo en esta red).

Por otro lado, el término multimedialidad se refiere a los diferentes soportes que confluyen en la “ecología mediática”. Esta posibilidad se debe a que cualquier formato: texto, audio, video, imagen, puede ser reducido al código de unos y ceros. Gracias a ello se presentan múltiples medios y lenguajes para poder expresarse.

En este marco tecnológico el producto cultural es diseñado para ofrecer un sistema integral a sus audiencias, un paquete textual que abarca todos los medios y

lenguajes imaginables (largometrajes, tráiler, videojuego, serie televisiva, tipografía, diseño gráfico, música, etcétera) (Scolari, 2008).

Cabe destacar que una estrategia de Comunicación Educativa desde la Hipermediación, es un proceso que inicia con la caracterización sistémica de la institución (González, 2009), y que para formularla se deben considerar las cinco características anteriormente mencionadas, así como los intereses de los estudiantes, la infraestructura de la institución. En este artículo se describen las características que permiten vislumbrar un nuevo escenario para la Comunicación Educativa, considerando las aportaciones que la Interactividad y la Multimedialidad hacen al diseño de estrategias desde la CEA para que se posibiliten aprendizajes significativos y se fomente la expresión en los estudiantes.

Metodología

Se trabajó con un grupo de 43 estudiantes, compuesto por 30 mujeres y 13 hombres, de edades que van desde los 15 a los 17 años. El diseño de la estrategia se planteó para la asignatura de “Filosofía”.

Para el trabajo con el grupo se aplicaron dos técnicas de investigación, encuesta y análisis documental. La encuesta se realizó para conocer los formatos (texto, video, imagen, etc.) que los estudiantes prefieren al recabar información y la interactividad que tienen en diferentes redes y plataformas. Se retomaron en el instrumento las categorías de Mizuko Ito (2009) para organizar los niveles de interactividad de los estudiantes. Este instrumento se aplicó en línea en una lógica de censo, los 43 estudiantes lo respondieron. Para el análisis del contenido de la materia, se revisó el programa de materia a partir de tres elementos: objetivos, contenido principal y personajes.

Resultados

Para identificar la interactividad y la multimedialidad en los estudiantes del grupo de la EPOAN 1 de Neza, se plantearon dos situaciones “Búsqueda de información” y “Redes y herramientas”, que nos permitieron observar de qué manera los estudiantes se interactúan a través de un medio tecnológico, y qué soportes prefieren para obtener información.

En el caso de la interactividad, se les pidió a los estudiantes que escribieran las acciones que suelen realizar en diversas redes sociales y herramientas digitales. Estas acciones se clasifican de manera ascendente dependiendo de la participación y la comunicación que permiten con otros usuarios. Mizuko Ito (2009) establece tres niveles o categorías de interactividad: *Hanging Out*, que hace referencia sólo a la consulta de información sin hacer algo con ella; en lecto-escritura equivaldría a los lectores ocasional. *Messing Around*, que indica un nivel de participativo mayor, participando en lo que otros usuarios hacen, difundiendo, comentando; en lecto-escritura equivaldría a leer

constantemente, investigar la vida de los autores, recomendarlos. *Geeking Out*, esta es la más alta categoría de interactividad que señala Ito, hace referencia a diseñar y producir siguiendo una línea narrativa de otro usuario o generando una nueva; en lecto-escritura encuentra en escribir y publicar las ideas propias, su equivalente.

Estos tres niveles de interactividad que señala Mizuko Ito se encuentran en las redes sociales y herramientas digitales: Por ejemplo, en la red social Facebook, una actividad que implica un bajo nivel de participación (*Hanging Out*) es solo Ver el contenido que otros publican, sin expresar algo al respecto; el resto de las acciones posibles van aumentando en su nivel de participación de los usuarios, hasta llegar a Publicar (*Geeking Out*), una actividad que involucra la expresión de ideas por parte de los usuarios. Los hallazgos se pueden observar en la Tabla 1. “Interactividad en redes sociales y herramientas”. En la columna de la izquierda se encuentra el nombre de la red social o la herramienta digital. En el apartado de “Acciones” se describen las actividades que un usuario puede realizar dentro de la herramienta o red. Los números dentro de cada una de las actividades señalan la cantidad de estudiantes que realizan esa acción de manera cotidiana. Cabe aclarar que no todos los integrantes del grupo tienen con una cuenta en cada una de las redes y herramientas consideradas para el instrumento.

Tabla 1. Interactividad en redes sociales y herramientas

Red	Acciones						
	Hanging Out		Messing Around				Geeking Out
Facebook	Ver 28	Me gusta 4	Reaccionar 1	Comentar 0	Compartir sin descripción 0	Compartir con alguna descripción 6	Publicar 3
Twitter	Ver 25	Me gusta 4	Comentar 0	Retwitear 2			Twitear 5
Instagram	Ver 15	Me gusta 10	Comentar 0				Publicar una foto 14
You Tube	Ver 38	Me gusta 5	Comentar 0	Replicar algún comentario			Subir un video 0

				0			
Google Drive	Ver 28		Editar 3	Comentar 0	Compartir un documento 3		Crear un documento 5
Blog	Ver 36		Comentar 1				Publicar una entrada 0

En cuanto a la multimedialidad, se estableció por objetivo conocer cuáles eran los formatos que los estudiantes utilizan comúnmente para recabar información. Se planteó a los estudiantes la siguiente situación: “Imagina que el maestro de la materia de filosofía te deja un tema para exponerlo al grupo, ¿a qué sitios recurrirías para obtener información?”. se colocaron diez posibles sitios de internet para que los estudiantes eligieran cinco.

Los resultados se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 2. Formatos preferidos por los estudiantes.

Formato	Porcentaje de estudiantes que lo seleccionaron
Textual	70%
Audiovisual	65%
Audio	50%

El análisis del programa de materia se realizó en relación a los objetivos, contenido principal de cada tema y personajes. Estos fueron los hallazgos respecto a la unidad uno de la asignatura de Filosofía de la institución:

Tabla 3. Análisis de contenido del programa de Filosofía, Unidad I

Tema	Objetivo	Contenido principal	Personajes
Filósofos Físicos	Los estudiantes identifican a los pensadores físicos y sus teorías	Explicación racional del universo, paso del <i>mitos</i> al <i>logos</i>	Tales de Mileto Anaximandro Anaxímenes
Filósofos Mecanicistas	Los estudiantes identifican las aportaciones de los pensadores mecanicistas	Explicación racional del universo, paso del <i>mitos</i> al <i>logos</i>	Empédocles, Anaxágoras, Demócrito
Metafísicos	Los estudiantes reconocen las ideas de los filósofos metafísicos	Explicación racional del universo, paso del <i>mitos</i> al <i>logos</i>	Heráclito, Parménides
Los pitagóricos	Los estudiantes señalan las aportaciones de la escuela pitagórica a la filosofía de la época	Explicación racional del universo, paso del <i>mitos</i> al <i>logos</i>	Pitágoras
Sócrates y la mayeútica	Los estudiantes comprenderen en qué consiste la mayeútica e identifican los aportes de Sócrates	Aportaciones de Sócrates a la filosofía de la época. Conocimiento de su método.	Sócrates, Platón,
Los sofistas	Los estudiantes identifican el pensamiento de los sofistas.	Sofismas utilizados en la filosofía de la época.	Protágoras, Georgias, Critias
Platón y el idealismo	Los estudiantes reconocen el pensamiento de Platón	El mundo de las ideas de Platón	Sócrates y Platón
Aristóteles y las cuatro causas de la materia	Los estudiantes identifican las ideas principales de Aristóteles y las comparan con el pensamiento de Platón.	Las cuatro causas de la materia	Platón y Aristóteles

Discusión

La Tabla 1. “Interactividad en redes sociales y herramientas”, permite observar en primera instancia, en qué redes y herramientas tienen una cuenta los estudiantes del grupo. Facebook es la red social que más utilizan los estudiantes del grupo, ya que 42 de los 43 están registrados en este sitio, en cuanto a las herramientas YouTube también ocupa el primer lugar como la más utilizada por los estudiantes, en la cual no es necesario

que los estudiantes estén registrados para ver videos, actividad que 38 de los 43 estudiantes realizan.

Respecto a la interactividad, se observa que los niveles más altos de interactividad a través de los medios digitales (*Geeking Out*), no son alcanzados por los estudiantes, excepto en la red social Instagram, donde 1 de cada 3 estudiantes comparten imágenes o fotografías, es decir publican algo que ellos generaron. Esto nos permite concluir que el uso de las redes sociales no está logrando un nivel alto de interactividad entre los estudiantes, que la mayoría de ellos no se expresa en sus cuentas o si lo hace es mediante acciones que propician un nivel bajo interactividad (*Hanging Out*), mediante *likes*, vistas, reacciones, lecturas.

En la estrategia que se plantea para la EPOAN se propone fomentar las acciones que propician la interactividad en mayor medida, rescatando las posibilidades de la interactividad con el medio digital. El *Hanging Out* representa entre el 64% (en Instagram) y el 100% (en You Tube) de las acciones que los estudiantes realizan por lo que se deberá conseguir que los estudiantes pasen en un primer momento al *Messing Around*, para finalmente llegar al *Geeking Out*, instancia en la que los estudiantes estarían expresándose a través de los medios de comunicación digital.

Respecto a los formatos que los usuarios eligieron, esto permite decidir de qué manera presentar las expresiones educacionales de los primeros temas. Aunque con el desarrollo del curso también puedan presentarse otros medios y lenguajes como las presentaciones interactivas, los videojuegos, la realidad aumentada, entre otras.

Recordando los dos objetivos que tiene la Comunicación Educativa: propiciar aprendizajes significativos y fomentar la expresión, éstos se pueden cumplir de una manera más eficiente con los rasgos de los nuevos medios de comunicación que mencionamos: interactividad y multimedialidad.

La aportación de la interactividad se sustenta con un principio pedagógico, el cual sostiene que: entre mayor sea la maleabilidad del contenido que se le enseña al estudiante, mayor será la posibilidad de que aprenda dicho contenido. En palabras de Torres Lima:

Dentro del campo de la pedagogía existe mucha literatura y aseveraciones que indican que los contenidos escolares, mientras más concretos y manipulables se le presenten a los alumnos, más factibilidad existe de que se aprendan mejor; es decir, tratar de poner a los estudiantes en contacto con la realidad. Como no siempre se puede, entonces se trata de homologar, lo más posible, los conceptos a las realidades que se refieren esos contenidos escolares (1994).

Si bien anteriormente se recurría a representar la realidad mediante “la grabación, la edición, y reproducción de cintas magnetofónicas, videográficas, fotografías, acetatos, etc.” (Torres, 1994). En la actualidad, la semejanza de la realidad o de situaciones que expresen los contenidos que se quieren enseñar se pueden realizar mediante videojuegos,

presentaciones interactivas, infografías animadas, videos, realidad aumentada, realidad virtual, entre muchas otras posibilidades que ofrecen las aplicaciones e instrumentos que surgen día con día.

Aquí se hace una aportación, no es necesario que se reproduzca fielmente la realidad, sino que se plantee una situación verosímil, que exprese la idea o el contenido que se quiere enseñar. Por ejemplo, para un grupo de estudiantes al que se le quiera enseñar a respetar el medio ambiente; se produce para este fin una expresión educucomunicativa en video que cuente la historia de un árbol que sufre *bullying* por parte de sus amigos humanos. Dicha historia no tendría relación alguna con la realidad, los árboles no expresan un dolor perceptible por los humanos, sin embargo, y dependiendo de qué tan bien producida esté la expresión (el trabajo educucomunicativo lo realiza un equipo de profesionales de diferentes áreas: guionistas, diseñadores, locutores, expertos en los contenidos, etc.), ésta puede ser comprendida con un menor esfuerzo intelectual por los estudiantes. Ejemplos de esto se pueden encontrar en las caricaturas, películas o videojuegos, donde personajes que no son reales, logran comunicar mensajes a quienes están atentos a la historia.

Por otro lado, la multimedialidad ofrece dos ventajas. Primero, la diversidad de medios y lenguajes permite que los estudiantes puedan aprender de maneras distintas, más adecuadas a sus gustos y capacidades. Ahora es posible que conozcan las historias de literatura universal a través de audiolibros, de videojuegos, de películas, todas ellas expresiones que mantienen la esencia de la obra original y que le aportan formas de comunicación de acuerdo a las características de cada medio.

En segundo lugar, al diversificarse los medios, también se han aumentado los dispositivos para generar expresiones. Ahora hay más cámaras, más grabadoras, más editores de audio y de video, programas para crear historietas, redes sociales, blogs, en menos de diez minutos cualquier persona con acceso a internet puede crear un canal en YouTube y empezar a compartir videos con el mundo. Y por supuesto, hay más teléfonos celulares, tabletas electrónicas, *ipods*, computadoras portátiles y dispositivos híbridos de éstos que permiten grabar, editar, publicar y compartir, todo, desde el mismo aparato.

Un ejemplo claro de esto, lo expresa Ulises López, cuando refiere las posibilidades que las nuevas tecnologías y medios ofrecen para crear cine:

El internet, los teléfonos celulares, las redes sociales, los drones, las impresoras 3D, todo aquello que es señalado como ‘el asesino del cine’, es en realidad su salvador.

Cada vez más por todo el mundo surgen nuevos concursos de cortometrajes grabados con móviles. En redes como Vine surgen cortometrajes que ni en las escuelas de animación se les hubieran ocurrido. Los drones caseros sustituyen a las grúas y demás aparatos antes inconseguibles; desde casa ya se pueden tener esas complicadas tomas cenitales, ya no es imposible hacer un cabeza caliente para el corto de la escuela. Las

redes sociales permiten la difusión de piezas cinematográficas independientes, que antes ni soñando hubieran sido vistas por más allá de dos o tres amigos y familiares. En fin, todas las tecnologías al servicio del impulso creativo: del impulso del arte cinematográfico. No por nada, cada vez es más común que incluso otras ramas del arte se acerquen a la creación audiovisual y cinematográfica: videodanza, videointervención, videoperformance, teatrocinema, etc. (2014).

De esta manera los miembros de un grupo escolar (no sólo el profesor, también los estudiantes) pueden participar de manera activa generando sus propias expresiones, no sólo las láminas estáticas de *PowerPoint*, sino también presentaciones dinámicas con *Prezi*, o interactivas con *Genial.ly*, pueden contar historias en video con *PowToon*, crear historietas, trabajar colaborativamente, crear un personaje de ficción en Facebook, entre muchas otras cosas más para participar de manera activa en su proceso de aprendizaje. Todo dependerá, de nuevo, de cómo se plantee la estrategia de Comunicación Educativa, es aquí donde se dimensiona la importancia del Educomunicador.

Para relacionar estos dos aspectos de la Hipermediación con el contenido en el programa de Filosofía se planteó una situación para que los estudiantes fueran partícipes. A grandes rasgos la estrategia generada para la institución es la siguiente: los personajes principales son los filósofos, que han formado un grupo que domina el pensamiento occidental. En esta situación ficticia, pero verosímil, las expresiones educomunicativas generadas (audios, videos, presentaciones interactivas, personajes ficticios en Twitter) aportarán pistas para descubrir a los integrantes del grupo que controlan las ideas de todas las personas de occidente, los estudiantes forman equipos para ir recolectando las pistas, y seguir investigando para dismantelar a la organización.

Las expresiones producidas se presentan en formato de video, audio y presentaciones interactivas con la herramienta digital *Genial.ly*, así como un recorrido virtual por Miletos que se retomó de un sitio de internet. Estas expresiones al mismo tiempo que cuentan quiénes son los integrantes de la organización y cómo sus ideas se difunden al mundo (el objetivo de cada tema en el programa de materia), dejan espacios indeterminados que los estudiantes deberán investigar y exponer al grupo, ya que todos van siguiendo la historia.

En este momento se puede deducir que los estudiantes a los que el docente, en su papel de actor-controlador (Torres, 1994) plantea esta situación, deben hacer uso de la interactividad de las expresiones (presentaciones, videos, recorrido virtual, audios), así como de las redes sociales y herramientas para comunicar sus hallazgos con sus compañeros u organizarse para definir qué va a investigar cada uno, qué pistas deben seguir; por estas razones se hace factible el aprendizaje, ya que se recrea una realidad y se dialoga sobre la misma. Además de que al tener que comunicar sus resultados al resto del grupo, los estudiantes deben recurrir a diferentes expresiones generadas por ellos: videos, juegos, dibujos, animaciones.

Este nuevo escenario que la Hipermediación ofrece a la Comunicación Educativa, es factible gracias al contexto comunicativo en el que los estudiantes están insertos. Ellos ya se relacionan e interactúan en diferentes medios y herramientas. La Comunicación Educativa deberá aprovechar las características de los medios digitales para conseguir sus objetivos, esto de hecho es una consecuencia lógica, ya que la C.E. surge con el uso de instrumentos tecnológicos en el aula, y la tecnología, como la sociedad, está en movimiento.

La participación activa en el proceso de enseñanza aprendizaje y la posibilidad de expresarse de diferentes maneras (no sólo textual u oral) en el trabajo en clase, son dos maneras en que la Hipermediación puede actualizar el diseño de las estrategias de Comunicación Educativa. Sin embargo, se es consciente de que la Hipermediación ofrece diversos elementos que pueden ser considerados por la Comunicación Educativa para lograr sus objetivos. Las líneas de investigación en este ámbito están abiertas y vivas, pues cada vez surgen nuevas redes y dispositivos que pueden ser utilizados.

Del mismo modo, se vislumbra la importancia de la investigación por parte de equipo de Educomunicadores en torno a las características de la institución y a los contenidos que son necesarios que los estudiantes aprendan, pues será este equipo el que diseñe las estrategias de Comunicación Educativa desde la Hipermediación.

Referencias

- Armenta, V. (1997). *La Comunicación Educativa como una Experiencia de Vida*. Revista Razón y Palabra. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/mcluhan/venus.htm>
- Ausubel, D. (1983). *Teoría del Aprendizaje Significativo*. Retomado de: http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38902537/Aprendizaje_significativo.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1496792447&Signature=4X61c2sfc0zsJY4tepBGDVnKb9I%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DTEORIA_DEL_APRENDIZJE_SIGNIFICATIVO_TEOR.pdf
- González, L. (2009). *La comunicación educativa en el aula: una alternativa para la enseñanza de las Teorías de la Comunicación*. Revista Diálogos de la Comunicación, 78.
- Ito, M (2009). *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Estados Unidos. MIT
- Kaplún, M. (1998). *Procesos educativos y canales de comunicación*. Comunicar, 11. España.

- López, U. (2014). *El cine de ellos está muerto; el arte cinematográfico no*. Revista Turgente, 2. México.
- Prieto, D. (1998). *Comunicación educativa en el contexto latinoamericano*. Revista intervención social, 7 (3).
- Salazar, A. (2011). *La comunicación educativa en la comunidad hispanohablante de la lista de discusión CUEDISTANCIA de la Cátedra UNESCO de educación a distancia (CUED) en internet*. Tesis de Licenciatura en Comunicación. UNAM, Fes Acatlán.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: GDISA.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. DEUSTO. España.
- Torres, H. (1994). *La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de trabajo*. UNAM-Facultad de Filosofía y Letras, Tesis de Maestría. México.